

*** 河北省社会科学基金项目 ***



动漫角色 造型设计技法



祁凤霞 著

河北美术出版社

河北省社会科学基金项目

动漫角色造型设计技法

祁凤霞 著

河北美术出版社

版权所有 盗版必究

图书在版编目 (C I P) 数据

动漫角色造型设计技法 / 祁凤霞著. -- 石家庄 :
河北美术出版社, 2018.6
ISBN 978-7-5310-7174-7

I. ①动… II. ①祁… III. ①动画—造型设计 IV.
①J218.7

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第129689号

策 划: 田 忠
责任编辑: 张永明
装帧设计: 李小军
责任校对: 李 宏
出 版: 河北美术出版社
发 行: 河北美术出版社
地 址: 石家庄市和平西路新文里 8 号
邮 编: 050071
电 话: 0311-87060677
网 址: www.hebms.com
印 刷: 河北世纪朝阳制版科技有限公司
开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张: 8
印 数: 1000 册
版 次: 2018 年 6 月第 1 版
印 次: 2018 年 6 月第 1 次印刷
定 价: 86.00 元



河北美术出版社



淘宝商城



官方微博

质量服务承诺: 如发现缺页、倒装等印制质量问题, 可直接向本社调换。
服务电话: 0311-87060677

前言

动漫角色是一种艺术形象，是动漫作品中最基本也是最关键的构成要素之一，亦是影视动漫作品的灵魂所在。在新媒体多样化的今天，动漫以独特的艺术形态呈现在大众面前，动漫角色不仅是影视作品中的演员形象，还是品牌衍生的基础，它可以推动影视片中故事剧情的发展，也可以抛开情节内容独立存在，比如在企业形象代言、大型活动的吉祥物、玩具设计等领域中，动漫角色比现实中的真人明星更具生命力和号召力。动漫角色造型的设计需顺应时代发展，符合大众的审美及道德标准，准确把握大众喜好和时代潮流，对于创作出符合主流审美取向的角色造型有很大帮助，亦可降低投资的风险，并获得高知名度的文化宣传，提升受众的关注度，更预示着巨大的艺术价值和商业价值。



祁凤霞，女，1994年任教于河北师范大学，现为河北师范大学美术与设计学院数字艺术系主任，教授，硕士生导师，河北省影视家协会理事，河北省美术家协会理事、动漫艺委会主任。主要研究方向：动画及平面设计理论与实践。著作有《商业插画创作与表现技法》；多篇论文、绘画及设计作品发表于国家级专业核心期刊；主持参研多项部级、省级、厅级、校级科研课题。

第一章 概述	1
第一节 动漫角色设计在新媒体时代下的发展现状	2
第二节 动漫角色设计的价值	3
第三节 动漫角色造型在新媒体时代下的应用分类	4
一 动漫角色在影视作品中的应用	4
二 动漫角色在广告中的应用	6
三 动漫角色在社交网络中的应用	7
第二章 动漫角色设计师应具备的素质	9
第一节 文学素养的积累	10
第二节 基础绘画的能力	11
第三节 创意思维的开发	13
一 真实形象的概括与提炼技巧	13
二 夸张与变形	16
三 解构重组	18
第三章 动漫角色的设计风格	21
第一节 写实风格	22
第二节 卡通风格	25
第三节 抽象风格	27
第四章 动漫角色造型的表现方式	29
第一节 手绘动漫造型	30
第二节 电脑动漫造型	31

第三节	偶类动漫造型	34
第五章	动漫角色的形态建构	37
第一节	人物角色设计	38
一	女性角色	38
二	男性角色	42
三	儿童、少年角色	46
第二节	动物角色设计	50
一	动物的卡通化形象	50
二	动物的拟人化形象	53
第三节	其他类型角色设计	57
一	机械类动漫角色形象	57
二	奇幻的生物类动漫角色形象	58
第六章	动漫角色设计的软件使用	63
第一节	动漫角色设计的软件介绍	64
第二节	Photoshop	64
一	界面介绍	64
二	工具应用	67
三	案例演示	69
第三节	SAI	75
一	界面介绍	75
二	工具应用	80
三	案例演示	81

第七章	动漫角色设计的过程与规范	83
第一节	动漫角色的绘制过程	84
一	线稿的绘制	84
二	角色上色	87
第二节	结构图	94
一	头部	94
二	手部	96
三	脚部	96
第三节	效果图	97
第四节	转面图	98
第五节	动作图	99
第六节	脸部表情图	102
第八章	动漫角色设计的比例和透视	105
第一节	角色的大小和比例	106
第二节	角色群体的比例关系	110
第三节	角色空间和透视	111
第九章	动漫角色的个性设定	113
第一节	剧情引导的角色性格	114
第二节	角色动作的个性显现	115
第三节	角色色彩的个性象征	116
第四节	角色服装的个性凸显	119
结语	121
后记	122

第一章

概述

成为文化创意产业的重要组成部分。动漫艺术以独特的艺术形式向大众呈现，角色形象作为艺术作品的灵魂所在，决定着整部作品的命运。动漫角色的成功塑造，不仅意味着作品受关注程度的提升，更预示着巨大的艺术价值和商业价值。

编剧构思的故事情节，导演创作的意图，均需依靠动漫设计师创作各类角色形象来体现。角色相当于作品中的演员，承担解读故事，促进剧情，揭示性格、命运和深化主题的任务。因此，在角色设计时，需要考虑角色的性格设定，角色所处的地域、年代等环境因素。如果同时设计多个角色和道具，还应该注意分清主次关系，突出主角，并保持风格一致（如图1-1、图1-2、图1-3）。

动漫角色是一种艺术形象，在绘画语言及视听语言描述的艺术作品中占有至关重要的地位，因此，角色形象是动漫创作中最基本、最关键的构成要素。动漫角色既与整部作品有着牵引性、关联性，又具有其存在的独立性。它可以推动故事剧情的发展，也可以抛开情节内容独立存在，尤其在商业应用中，动漫角色不仅是影视作品中的演员形象，还是品牌衍生的基础。如在形象代言、企业或大型活动的吉祥物、玩具设计等领域中，动漫角色比现实生活中的明星更具生命力和吸引力。在当前数字媒体化发展的大趋势下，卡通角色形象的应用日益广泛。能否塑造出具有鲜活生命力的卡通形象，对于其产业化发展也具有极其重要的意义。

第一节

动漫角色设计在新媒体时代下的发展现状

随着新媒体的多元化发展，动漫产业已



图 1-1



图 1-2



图 1-3

动漫角色造型设计还应该顺应时代的潮流，符合大众的审美及道德标准。准确把握大众喜好和时代的潮流，对于创作出符合主流审美取向的角色造型有很大帮助。小黄人形象被全球影迷所喜爱，只要有其出演的影片定被影迷所追捧，不仅如此，小黄人角色形象的动漫衍生品也同样受大众欢迎，产品销量及形象授权所得效益已远远高于票房本身的收益（如图1-4）。由此可见，成功地设计出顺应时代潮流的动漫角色形象，不仅可以降低企业投资风险，还可获得高知名度的文化宣传，被大众所喜爱，带来丰富的商业化效益。



图 1-4

第二节 动漫角色设计的价值

在新媒体时代下，动漫角色不仅是一种纯粹的视觉造型，其设计的关键是运用个性化设定的元素，结合特有的设计技巧使角色具有生动、夸张、时尚等独特的个性魅力和艺术感染力，并赋予独特的明星效应和宣传价值。比如欧美的米老鼠、Hello Kitty猫、芭比等（如图1-5、图1-6、图1-7）。作为大众眼中的明星，它们被企业用作商标或者形象代言人，成为具有号召力的品牌旗帜，以一种及时、相关、定制化、节约成本的方式推广产品和服务与消费者进行沟通。比如具有东方艺术魅力的吉祥物福娃系列（如图1-8），完全独立地承担起北京奥运会的代言人并承载了一定的精神内涵。



图 1-5



图 1-6



图 1-7



图 1-8

新媒体时代快速发展的今天，动漫角色的商业价值也成了关注的焦点，给文化、娱乐、经济等领域带来飞速的发展。新媒体的互动式平台也为动漫角色形象设计带了巨大的发展空间，使其获得更大的文化效益和经济效益。也可以说，动漫角色设计是艺术、文化及商业之间的相互融合。

第三节 动漫角色造型在新媒体时代下的 应用分类

一、动漫角色在影视作品中的应用

动漫角色在影片中之所有占有极其重要

的地位，是因为大多影片的主旨宣言是以具象形态为载体，通过精湛的艺术技巧表现被观众所认知。所以，一部优秀的动漫影片必定要有成功的角色形象作以支撑，才能有利于完善影片的整体风格，充分传达出影片所要表达的精神内涵及文化价值。新媒体的出现为承载着多样化动漫角色形象的艺术作品传播拓宽了渠道，同时成为动漫产业快速发

展的必然条件，也为观影提供了更加便捷的服务。通过各个媒体终端的信息传播及大众在虚拟平台上的互动交流使得更多优秀的卡通角色被人们所熟知、喜爱。譬如《大圣归来》，作为中国动画电影发展的时代标志，其大圣的形象设定，无疑是整部影片的关键，（如图 1-9）它成功摆脱了大众思维里对孙悟空的固化记忆。

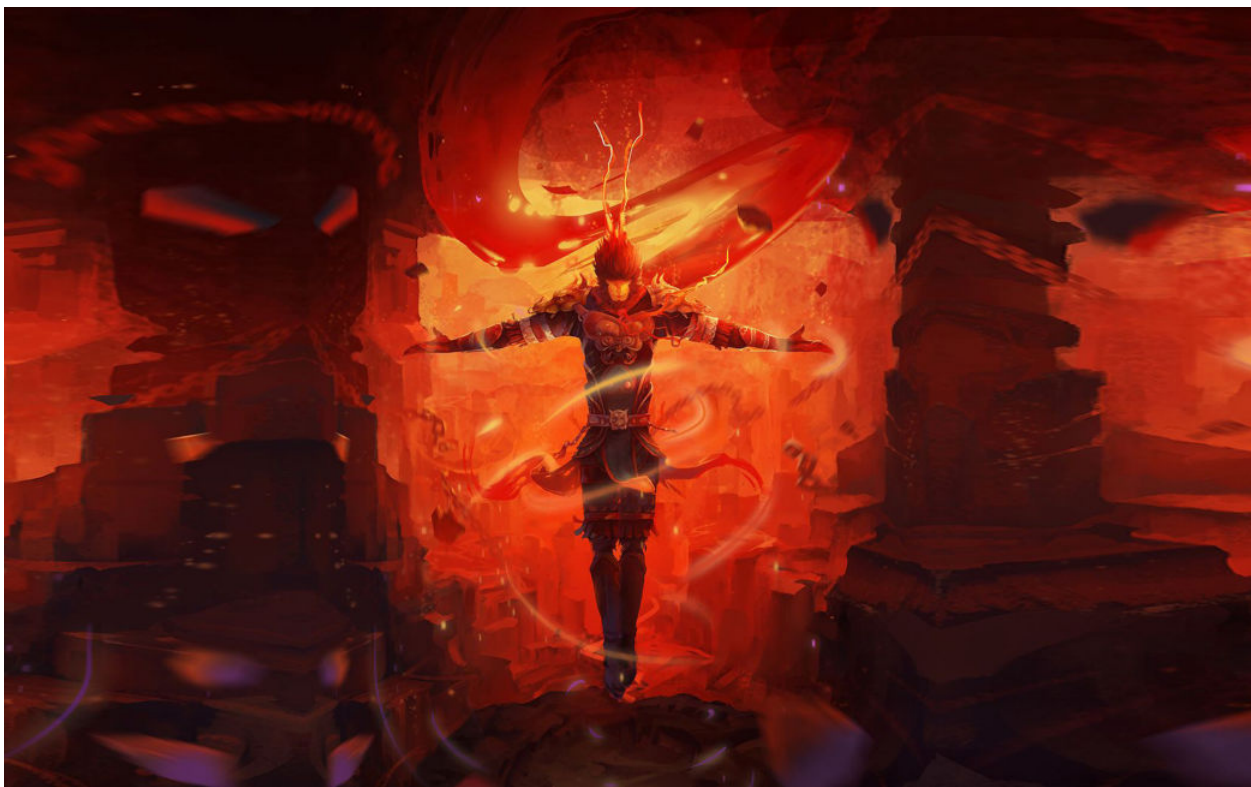


图 1-9

在整个故事发展中，能够真切地感受到它是一只真实存在的猴子，一只个性鲜明的猴子，一只带有侠气的猴子，同时也能感受到它野性十足的一面。通过各类媒体终端和虚拟平台对影片信息的传播，使大众对孙悟空的角色形象有了深入的了解，同时也让观众领会到影片所要传达的精神内涵。如今动画与数字网络技术完美结合的 3D 动画电影风靡全球，动漫角色以一种更加真实的感觉出

现在人们面前，这种虚拟艺术与现场拍摄的结合成为动漫开发的新方向。如影片《捉妖记》，在 2015 年中国电影市场中的搅动力度是前所未有的。影片中，制作人员运用精湛的艺术手段，创造出了跟人类一样有丰富的情感和独特的个性的小妖怪——胡巴等角色，被各个年龄段的观众所喜爱，凸显出卡通形象所带来的视觉魅力以及巨大的商业价值（如图 1-10）。



图 1-10

二、动漫角色在广告中的应用

动漫角色应用在广告中已成为一种被观众所喜爱的新型传播方式。与传统真人表演的广告相比，动漫广告更具独特性、规律性、夸张性与虚拟性等特点。强烈的视觉冲击和创新理念的结合，将传统广告从选用真人代言的束缚中解放出来，不仅有效地吸引了大多数消费人群，还强化了大众对广告品牌的形象识别，也使得更多具有可爱、阳光、幽默、夸张等拟人化特征的动漫角色形象代言的广告，赢得了儿童和青少年群体的青睐。

如葵花牌小儿肺热咳喘口服液的广告形象是一朵生动、可爱的小向日葵身着白衣的医生形象（如图 1-11），利用小葵花极具童趣和亲和力的动漫造型，将产品与消费者的距离拉近，建立亲近的关系，让消费者对产品感到信任。很多科技公司、企业各类组织常选用动漫角色为吉祥物或代言人形象，其中角色的创造受到人物、动物及其他生物的形态、生活习性的启发，故而结合各自的地域特点、企业或组织文化特征，通过拟人化、简洁化等设计手段将选取的真实形象塑造成吉祥物，并使其作为大型活动的形象代言人，承载着其内涵与精神，同时提高其活动的关注度，以达到传播活动主题的目的。如上海世博会的吉祥物“海宝”（如图 1-12），蕴含着四海之宝和吉祥之意。当下，越来越多的公益广告选用动漫角色作为广告的形象代言人在各类新媒体上进行宣传推广传播，向公众传达出各类公益主题，为的是让公众携手共建和谐的公共环境。



图 1-11

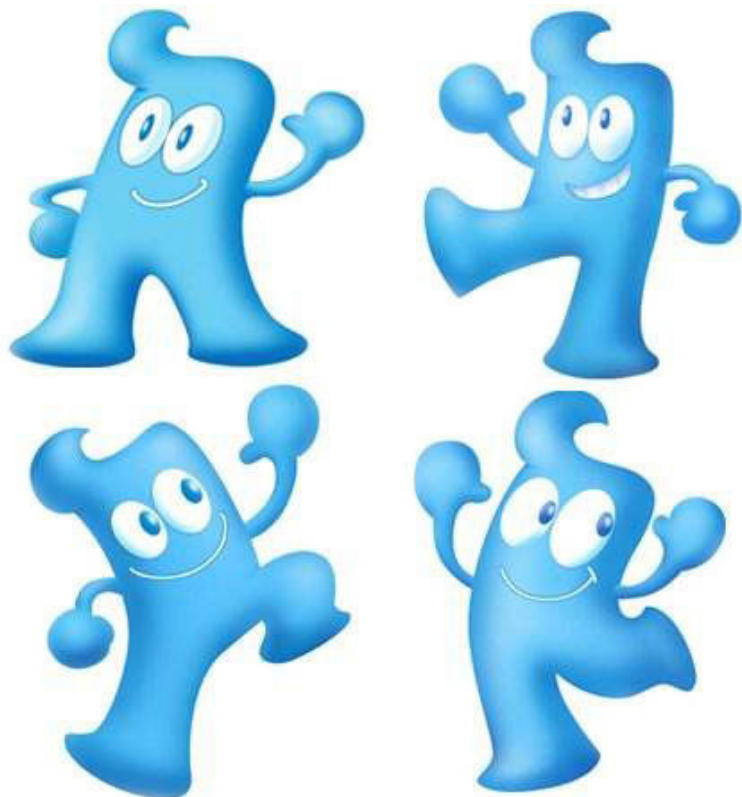


图 1-12

三、动漫角色在社交网络中的应用

随着科学技术的发展，网络已成为现代人生活中不可缺少的一部分。动漫角色在网络中应用得更为广泛，无论是网络游戏、手机游戏，还是社交工具中常用到的静态及动态网络头像、表情均与各类动漫角色设计有着紧密的联系。通过运用简洁化、解构重组等技巧，将动漫角色融入网络，渐渐地转化了新媒体时代下人们的休闲、娱乐、交友的方式。动漫角色大量应用于互联网虚拟交流

平台中，微信、QQ 等社交传播媒介上。动漫角色被大众在各大交流平台中用作头像，以此代表用户本人的一个标志形象。适当的动作设计能够更自然更真实地塑造角色性格，赋予形象符号生命力，使其表现出个性化的性格特点，这便形成了为互动、交流提供多途径表达方式的表情包。大量动漫形象的表情包被广泛使用，如憨厚、萌态的肉嘟仔、大石榴等（如图 1-13，图 1-14）。



图 1-13



图 1-13



图 1-14

第二章

动漫角色设计师应具备的素质

动漫角色设计对设计师的素质有着全面的要求。作为一名优秀的动漫角色设计者,除了在美术方面拥有扎实的基础外,文学素养也是必不可少的,此外,还应将创意思维灵活地运用于动漫角色创作中。

第一节 文学素养的积累

文学素养的提升,是完善自我、开拓视野、提高自身素质的重要过程。文学是人类思考的媒介,是艺术形式的基石,是艺术创作的源泉。艺术作品便是对文学情感和观念研究

后的见解与分享。

动漫艺术与文学之间有着必然的联系。许多优秀的动漫作品源自对文学作品的改编,如《八九玄功》是对我国四大名著之一的《西游记》作品的改编(如图2-1),其作品中的角色设计有着鲜明的民族艺术特色,在传承民族文化的基础上大胆创新,与人们脑海中固定的齐天大圣形象截然不同,增强了视觉张力。角色的个性化设计展现了设计师深厚的艺术素养。《赵云救主》改编自《三国演义》文学作品中的节选片段,片中的角色形象与中国戏曲表演风格、表演形式相结合,采用提炼概括的技法设计出带有中国传统艺术风格的卡通化形象,角色设计更具独特性,同时具有文化遗产的价值(如图2-2)。《花花与爷爷》片中角色形象的设计,结合了中国传统戏曲元素(如图2-3),爷爷生气时的面部形象融入了多种中国传统戏曲脸谱元素,从而突出了角色的性格特点,增强了角色表演的吸引力,推动故事的发展。

动漫艺术和文学的区别在于故事内容的语言内容不同。大多数动漫创作都始于文学剧本的创作,所以说动漫角色创作是将抽象的文字语言向具象的动漫视觉形象转变的过程。因此,动漫创作者能否对文学形象意会且将生动的文字转化、提炼,以视觉化形式呈现,这取决于其文学素养的积累。



图 2-1